

Empreses i pluralisme informatiu

Manuel Vázquez Montalbán

El retrato robot de la libertad

La democracia se caracteriza por la tenencia y disfrute de las libertades fundamentales y una de ellas es la libertad de expresión, inseparable de otras dos libertades: la de información y la de divulgación pública de esa capacidad de expresión. Desde hace siete años, aproximadamente, España goza de una Constitución que consagra la teoría liberal de la libertad de expresión y ya disponemos de una cierta perspectiva para juzgar la situación actual de la salud de nuestras libertades; en este caso de la que más afecta a nuestra condición de profesionales de la información. La posibilidad de la información auténticamente social requiere medios de producción suficientes, que teóricamente pueden estar al alcance de cualquiera capaz de competir, según las reglas del mercado; y ese cualquiera lo mismo puede ser un individuo que una institución pública o privada. Traduzcamos esta posibilidad teórica a la realidad. Los medios de producción de información y de fijación de opinión, en España, son mayoritariamente privados, aunque esa comprobación cuantitativa haya de relativizarse ante el hecho de que el medio con más audiencia, la Televisión estatal, es un medio público. Esa empresa privada procede en gran parte todavía de filtros históricos marcados por la victoria del bloque conservador fascista en la Guerra Civil: sólo los empresarios vencedores pudieron seguir siendo fabricantes de productos tan frágiles como son la verdad o la mentira, según la óptica del poder. A continuación hay que añadir un bloque de empresarios que activaron el mercado

crítico a lo largo de los años setenta y que unas veces apuntaban a objetivos políticos vertebrados de una conciencia social liberal-democrática y otras a fines exclusivamente de beneficio, conscientes de que existía un mercado liberal-democrático. Finalmente, ha aparecido una tercera ola de empresarios movida por la liquidación de la antigua prensa del Movimiento; aparentemente son empresarios alineados política y económicamente, según el bipartidismo dominante.

La Radio se mueve entre el Estado, como empresario, o la empresa privada, sobre todo representada por la Cadena SER. Entre uno y otro modelo, dos submodelos: el comercial confesional de la C.O.P.E. y el institucional de las emisoras autonómicas o municipales. En cuanto a la Televisión, es monopolio del Estado, algo corregido por la reciente aparición de las cadenas vasca y catalana de obediencia autonómica.

El público

Este es el cuadro aproximado de la tipología de la empresa informativa en España. Aparentemente obedece exclusivamente a las reglas del mercado sustituidas, en el caso de las empresas públicas, por la supuesta razón superior del Bien Común. Insisto en que aparentemente, porque al acercar la lupa al estado real de las finanzas de buena parte de esa empresa privada Periodística, se percibe la necesidad de Padrinajes económicos que vienen o directamente del poder bancario, o de Poderes institucionales, o, en ocasiones, del uno y de los otros. Pocas publicaciones Privadas tienen las cuentas claras, y menos claro todavía el vínculo que les une a Padrinos nutridores, aunque cuando se aplica un buen hacer, el vínculo apenas se nota o sólo se nota ante hechos que exigen una abierta toma de posición radical.

El público, sin duda, vive una situación mejor a la anterior, pero dista mucho de vivir una situación democrática. La prensa española, por su propia estructura empresarial, no puede reflejar la pluralidad social y política del pueblo español y ha

tendido a inventarse un público uniformado, según el retrato robot del pueblo democrático liberal ideal. El lector diferenciado casi no tiene escapatoria: o se integra dentro de la silueta que le toca, o queda informativamente aislado. Por razones lingüísticas o ideológicas (y no me refiero al lenguaje identificatorio nacional, sino al código lingüístico que permite comprender) muchísimos españoles se siguen sintiendo al margen de la prensa que parece hecha a la medida de una España centrista, centrada y céntrica. La democracia, además, ha provocado el efecto indirecto de que, abandonadas a la ley inexorable del mercado y desprovistas del soporte sentimental de la comunión de los santos, hayan desaparecido publicaciones antifranquistas resistenciales, que en su día sirvieron como punto de encuentro de las conciencias disidentes del franquismo. Estas publicaciones, tal vez fracasaron en su intento de adaptar su oferta a la nueva situación, pero, sobre todo, padecieron la retirada del crédito unitario del público que las había sostenido, subdividido políticamente tras la normalización democrática; y más aun que esta circunstancia adversa, hay que tener en cuenta la de la asfixia publicitaria. Comerciantes e industriales jugaron a anunciarse en publicaciones críticas durante la etapa de descomposición final del Régimen, pero en cuanto vieron que al Régimen le sucedía una inesperada armonía planetaria de los hombres y las cosas, consideraron que ya no valía la pena anunciarse en publicaciones capaces de criticar la misma armonía que las hacía posibles.

Consagrada teórica y legalmente la pluralidad, sólo se vive una situación potencialmente pluralista, pero, a la hora de la verdad, los instrumentos que transmiten hechos, condicionan ideas y opiniones, responden aplastantemente a la intención de gestar el proceso democrático tal como es, es decir, tal como está. En un mercado libre, la regla de oro es que toda mercancía se haga necesaria y, por lo tanto, esa lógica condena la previsión teórica de

una mercancía que luego no se justifica a sí misma por la venta. Me estoy refiriendo, por ejemplo, al fracaso de las publicaciones críticas más recientes, sin posibles pecados originales históricos, fracaso que evidenciará que la sociedad no las necesita. Y si la propia sociedad no financia su pluralismo ¿quién puede estar interesado en fomentarlo?

El círculo vicioso se establece cuando inexistente la información crítica o socialmente plural, va desapareciendo paulatinamente primero la posibilidad teórica de su consumo y, finalmente, su necesidad social. El sector social desabastecido o se pasa a lo que hay, o se margina como lector, actitud favorecida, además, en España por el escaso nivel de hábitos de lectura. Está, pues, el público, en manos, como nunca, de lo que quiere ofrecerle un empresariado público o privado, cada vez más prepotente, legitimado por el marco legal democrático y en condiciones de mantener a raya al sector profesional por las especiales circunstancias del mercado de trabajo.

Los profesionales

La poquedad consumidora de prensa, el raquitismo de las plantillas radiofónicas, el monopolio televisivo estatal, la concentración de empresas. . . todo ello han sido factores que han reducido el mercado de trabajo periodístico en España, mercado sobre el que, además, ha incidido cada año la salida masiva de nuevos profesionales de las Facultades de Ciencias de la Información. El desfase entre oferta y demanda en este sector del mercado de trabajo, es uno de los más graves de todo el mercado cultural. No lo abordo desde el punto de vista de la sociología del trabajo, sino de cómo la miseria de ese mercado puede repercutir. De hecho ya ha repercutido en la pérdida de poder disuasorio de los profesionales frente a las empresas. No se trataría de reivindicar un corporativismo ciego o de sublimar la bondad congénita y natural del colectivo de profesionales, pero es evidente que en los últimos años del franquismo la

presión de los profesionales fue un elemento importante para propiciar milagrosas alineaciones parademocráticas. Igualmente durante la transición, la presión de los periodistas ayudó a desmontar el bloqueo judicial que trataba de contrarrestar las audacias liberalizadoras de los medios de comunicación.

Cuando hay veinticinco profesionales posibles por cada puesto de trabajo real, es difícil que se mantenga un estilo reivindicativo. Tampoco los profesionales están respaldados por asociaciones suficientes, con la capacidad de respuesta adecuada a la nueva situación. Además, en situación de crisis y paro, la economía sumergida afecta a nuestro medio y puede hablarse de un periodismo sumergido, al que se debería hacer frente sin caer en la tentación corporativista. En consecuencia, el profesional, hoy, en España, no tiene planteada una contradicción de primer plano contra un poder estatal totalitario, sino una contradicción fundamental entre la función social de su trabajo y la explotación interesada que de él hace la empresa; bien sea con objetivos exclusivamente lucrativos, bien sea con objetivos ideológicos, o los dos a la vez en desigual proporción. Queda la solución de la cláusula de conciencia, pero esa salvación individual nada aporta al espectáculo de una sociedad civil que no pudiera confiar en los periodistas como fiscalizadores de las intenciones del poder económico o político. Del mismo modo que un obrero enlatador de carnes en conserva debiera estar moralmente obligado a denunciar al público que dentro de las latas le han metido sapos, los periodistas saben latín que el público desconoce, un latín que puede modificar, malear, corromper la conciencia social. Saben lo que las empresas pueden meter en las latas.

Sobre la empresa pública

No quisiera exagerar otra cosa que los límites de una situación a la que podemos llegar porque estamos ya en camino de ella. Como tampoco quisiera incurrir en el

maniqueísmo de enfrentar la maldad intrínseca de la empresa privada con la bondad de la empresa pública. El baremo de maldad o bondad en la producción de una mercancía llamada a convertirse en opinión y en energía social, en conducta histórica sólo lo da el grado de respeto a las necesidades informativas plurales del público. Y en este capítulo la empresa pública, que debe su adjetivo a un doble sentido de propiedad y función, no está en España a la altura de su razón de ser.

La empresa informativa pública suele escapar al significado de lo estatal para reducirse a ser empresa informativa gubernamental, no ya con la burda prestancia del antiguo régimen, sino con la sutileza de toda clase de metalenguajes de palabra, imagen u omisión. Y las empresas informativas institucionales, que han nacido para hacer efectivo un policentrismo democrático, suelen caer demasiadas veces en reproducir el modelo de dependencia de las empresas estatales. Tiene cierta lógica la apreciación del principio de que *quien paga manda* cuando nos movemos dentro de las relaciones de la empresa privada, pero es completamente ilógico que la empresa informativa pública se ponga al servicio de las intenciones de poder de la mayoría gobernante, que administra fondos públicos en provecho exclusivo de su propia legitimidad. En todos los terrenos de las relaciones económicas y sociales gravadas por la crisis y el miedo, se están produciendo graves corrupciones, graves incumplimientos éticos. Ese clima general de miedo social es aprovechado por las empresas informativas para tener su intencionalidad histórica. Normalmente, la empresa privada ataca esos vicios en la empresa pública, bien porque la considera como desleal competidora, bien porque así lanza una cortina de humo para esconder los propios. Pero lo cierto es que en España empieza a plasmarse la sintomatología de una empresa pública y una empresa privada cada vez más enredadas en la tela de araña del clientelismo hacia los bancos, el poder económico, el poder político; como si desde una tediosa

monotonía se buscara una uniformidad del poder informativo vampirizado.

Los procedimientos utilizados por el poder democrático recuerdan demasiado los del despotismo ilustrado como para inspirar confianza y, lógicamente, inspiran tanta desconfianza como sensación de impotencia por el desarme instrumental de la conciencia social crítica. Se parecen tanto entre sí periódicos, emisoras de radio, cadenas de Televisión, sean públicos o privados, que ese parecido se nota en el tratamiento de las cuestiones fundamentales: reconversión industrial, OTAN, reforma de la Seguridad Social; temas tratados desde una extraña unicidad de criterios porque, de hecho, esos criterios son comunes dentro de un bloque de poder social y cultural que no tiene una real contestación. Incluso un medio como TVE, fiscalizado por los ojos interesados de toda clase de oposiciones, dispone de suficientes recursos metalingüísticos como para alinearse al lado de políticas coyunturales y condicionar una manera de ver las cosas. Sería conveniente recuperar un estudio juvenil de Hugh Thomas sobre el *Establishmen*, publicado en España hace veinticinco años, en el que figura un sutil análisis de cómo la televisión pública está al servicio del poder y acuña su lenguaje convirtiéndolo en la piel de la conciencia pública. Ni siquiera la fiscalización de la oposición o parlamentaria en general, es garantía suficiente de que la empresa informativa pública no manipula, porque esa manipulación puede incluso ser pactada con la oposición y el Parlamento, según claves de conducta del corporativismo político.

La articulación social

Puestos a imaginar un ejercicio auténtico de las libertades dentro del marco constitucional en el que estamos, habría que aceptar las reglas del juego del mercado y las reglas del juego del pluralismo parlamentario, corregidas en el caso de la comunicación por el poder de las organizaciones profesionales y, en última y principal

instancia, por la articulación de la crítica social ante los mass media. Las llamadas asociaciones de consumidores tienen aún más sentido en el ramo de la inculcación de conciencia, que es en definitiva lo que hace el ramo de la comunicación. En el papel fiscalizador del consumidor de información y opinión tendría que estar interesado cualquier demócrata y, por lo tanto, a priori, no excluyo a los profesionales de la política, a la llamada clase política, pero, sobre todo, están interesados los profesionales que no pueden dar sólo la batalla por el respeto a una pluralidad auténtica, por una pluralidad no mutilada por las salvajes reglas del mercado.

Para que la sociedad pueda ejercer una vigilancia crítica de lo que la democracia legitimada le mete en el cerebro, precisa de un saber concreto del que hoy carece. Por eso es tan importante que desde la educación básica se enseñe a los niños a leer el periódico, oír la radio o ver la televisión, provistos de instrumentos de análisis capaces de descifrar el código que se les está ofreciendo. Porque la normalidad democrática está llena de anormalidades, prenatalidades y subnormalidades, necesita la presencia vigilante de la sociedad. La facilidad con que aliena el poder y la facilidad que tiene el poder para traspasar esa alienación a las masas, precisa un esfuerzo social extra de concienciación crítica y de articulación, es decir, de organización frente a las desviaciones del poder democrático.

Pere Felis

Si he entès be, la primera pregunta era: de quina manera els ciutadans, tan mal representats a través dels partits polítics, poden veure representats els seus interessos en el fet que la informació que es dona en els nostres mitjans, sigui, si més no, objectiva i també interessant per ells?

Jo aquí crec que no s'han d'inventar moltes coses. En el fons, era quasi el final de la ponència del Manolo, és a dir, els ciutadans podran intervenir en la mesura, òbviament, que siguin organitzats.

És a dir de quina manera fas que s'intervingui en un consell assessor, per dir alguna cosa, o en un consell en què diguéssim es passi llista cada mes de com ha anat la informació sobre determinats temes? Cal que sigui a través d'unes organitzacions que permetin que determinats ciutadans d'aquestes organitzacions i, en concret, segons el pes que tinguin, perquè podrien caure evidentment en el mateix problema de que una representativitat no perfectament definida portés al fet que caiguessin en una falta d'objectivitat com aquests termes.

Jo crec que és bàsic primerament que hi hagi una organització de ciutadans, i en base a això, incidir en els mitjans. Segurament això és una resposta poc concreta, perquè crec difícil de haver-hi haver-n'hi una altra.

Quant a la mediatització d'informació que pertoca al partit del govern, ja sigui en una comunitat autònoma o a tot l'Estat, jo l'únic que puc dir és que a Televisió Espanyola això no es fa. A Televisió Espanyola a Catalunya, que és el que conec més, però suposo que tampoc per Televisió

Espanyola no es fa. Hi ha periodistes que estan a Televisió Espanyola a Catalunya que crec que poden informar bé de quina manera es prepara la informació i de quina manera es decideixen els temes, i de quina manera s'informa.

Crec invàlid fer un balanç d'una sèrie de mesos. En un dia determinat en televisió incideixen masses coses. Perque un dia determinat pugui passar una cosa o altra, unes imatges que no s'han aconseguit, una informació que s'ha hagut de programar a última hora, pot fer semblar que hi ha objectivitat. Jo crec que sols un judici, un balanç després de dos mesos o anys de funcionar, indica si determinats temes es tracten bé o malament, si estan donant bé o malament els temes que la societat demana i dels quals aquesta n'es protagonista.

Joan Granados

A la pregunta sobre la subjectivitat informativa, naturalment és possible que tots els governs tinguin ganes de condicionar d'una manera o d'una altra la televisió. Però jo, amb tota sinceritat, crec que si això es produeix no es rendible, o sigui que la gent que mira la televisió se n'adona quan un govern està manipulant o està condicionant aquest mitjà. Això a la llarga es fa.

Quins són els elements que en un moment determinat poden intervenir en la denúncia? Evidentment que hi ha la denúncia al Parlament, al consell d'administració, i tota una sèrie de coses que segons la ponència d'en Vázquez Montalbán moltes vegades no tenen prou força. Evidentment que els partits poden denunciar i moltes vegades ho denuncien. I ho denuncien a l'opinió pública i, a vegades, no tenen raó. Perquè la visió que té un partit polític de si realment aquella informació és una informació o no ho és o si tenen la cota de televisió que han de tenir, naturalment, tampoc és objectiva. Defensen els seus propis interessos.

Aleshores jo crec que la televisió és una factura que es paga. Hi havia un govern que tenia la televisió i la tenia d'una forma plena. I va perdre les eleccions. La gent també deien que aquell govern manipulava la televisió i que aquell govern era l'amo de la televisió. Però així i tot va perdre.

És molt probable que l'abús, l'abús d'aquest mitjà, el fet de voler la incidència en aquest mitjà porti problemes importants en la seva pròpia imatge sobre els ciutadans. Jo ho crec així, d'aquesta manera.

Quant a la televisió de què jo sóc director general, jo torno a repetir que crec que els professionals han d'entrar a treballar, sobretot els professionals dels informatius, sense tenir en compte la seva procedència ideològica. Això s'ha fet a la TV3. A TV3 tota la gent està treballant i ningú no li ha preguntat si té un carnet o no el té, o pensa d'una manera o pensa d'una altra.

És més, hi ha molts pocs periodistes, molts pocs periodistes, que siguin d'un color semblant al govern que en aquest moment hi ha a la Generalitat i que en aquest moment estigui treballant allà.

Vostès em diran, home, això no és una garantia. No és una garantia però comença a ser una garantia de voler fer les coses ben fetes. Les telenotícies, evidentment, es fan amb caràcter molt professional sino no tendrien l'èxit que tenen a TV3.

L'acció de qui paga mana és una acció que no té sentit de l'empresa pública. Només té un sentit psicològic, en el sentit que el xec concret no ve de la societat. El xec concret ve d'un ministre, d'un director general concret. Això moltes vegades pot crear la sensació psicològica que qui paga és el poder concret, qui paga però en realitat és la societat.

Això passa a totes les instàncies, a moltes instàncies del poder, passa amb la relació amb els serveis públics o estatals com poden ser les Forces Armades o poden ser la policia. No hi ha mai una clara consciència per part del ciutadà, que moltes vegades es converteix en víctima d'aquests poders, que ell mateix està pagant la seva repressió. I no hi ha consciència del preu que el ciutadà que està pagant per la seva repressió, que està pagant la seva pròpia corrupció, moltes vegades de caràcter informatiu.

Això empalma amb una qüestió: com es pot variar això? És evident que manca nivell cultural a tots els indrets. Amb aquest concret de la comunicació hi ha una manca de coneixement real dels codis, de la possibilitat de descodificar aquesta proposta comunicacional, de com es pot

fer des de la posició passiva del receptor. Això no ha estat present a l'educació general, no ha estat present a l'educació normal del ciutadà. Arribar a un grau de consciència que signifiqui una articulació de la societat perquè pugui haver representants directes en els consells d'administració serà difícil. Jo crec que estem una mica al començament de veure aquesta necessitat social com vertaderament urgent. Aquesta podria ser una solució dins del quadre general que tenim políticament. Insisteixo que moltes vegades, el problema no consisteix fonamentalment en com es presenta la realitat que presenten les televisions i la premsa, sinó en la realitat que mai apareix a la televisió, a la ràdio o als diaris.

Posarem algun exemple: el tema de l'economia submergida. L'economia submergida tots sabem que és dolenta i ho diu tothom. Ho diuem els empresaris, ho diu Alfonso Guerra, ho diu Fraga Iribarne, ho diu absolutament tothom. L'economia submergida és evident que està salvant d'una crispació total suficient com perquè funcioni tot. Aquest salvatgisme econòmic que funciona en aquest país. Doncs be, com funciona això, qui practica l'economia submergida, com viu la gent que viu dins d'una economia submergida, on és... Quan ha sortit això a la premsa, a la ràdio, a la televisió? Doncs moltes vegades són els aspectes reals del país que no apareixen perquè estan en contra d'aquest quadre centrat, cèntric, centrista, que evidentment és el quadre privilegiat que està creant una consciència que les coses són com realment apareixen en aquest moment.

Xavier Garriga

Quan es parla de pluralisme informatiu, jo no sé si parlem només de la diversitat informativa, el qual és molt diferent. Encara que hi hagi una multicaplat de l'oferta no vol dir que aquesta oferta sigui necessàriament plural. Quantes més empreses puguin existir, potser sí que hi haurà més diversitat, però no més pluralisme.

Jo crec que existeixen encara, —i aquest és l'objecte d'aquestes sessions de balanç informatiu de deu anys— temptacions totalitàries en el procés informatiu, en el procés d'elaboració de la informació. Aquestes temptacions han estat heretades de l'etapa anterior i encara funcionen, i unes altres han estat originades per l'actual estructura de l'Estat. Jo només ho constato. Penso que la divisió del poder en una democràcia lliberal no exclou la recerca d'uns camins, des del control de les empreses d'informació, bé sigui per la via de limitar el seu nombre o bé el seu control per la via de les institucions, que se serveix després del canvi de determinats ajust. Penso també, per resumir una mica el meu pensament centrar el tema una mica en el fet empresarial. No hi ha aquí ningú del món de l'empresa. Les empreses estatals no són necessàries, les empreses mixtes per mi són una mala solució, vull dir que em sembla que falsegen una mica la realitat, i que les empreses privades, que encara no existeixen en certs mitjans informatius, són imprescindibles. Almenys des del punt de vista d'ampliar l'oferta informativa, no el pluralisme, però sí d'oferta.

Antoni Esteve

Jo voldria introduir diferents elements de coses que aquí s'han plantejat. Per una part em sembla que hi ha un vehicle que es pot utilitzar aquí, que en altres països es potser un element preocupant, com són els estudis d'audiència. Crec que d'alguna forma aquí poden representar un sistema de control per la seva baixa aplicació. Em sembla que utilitzar aquest estudi d'audiència, en aquests moments preocupa els que estem fent informatius i la gent que està fent un programa. Que aquest programa sigui vist, aquest és un dels elements que per damunt d'altres criteris em sembla que provoca correccions i que s'intenti fer d'una manera i no d'una altra aquests informatius, i que jo crec que és un correctiu important a considerar.

Per altra banda, a l'hora de seleccionar, o a l'hora de dir quins temes tracta un informatiu de televisió, cal dir que mentre uns diaris poden tractar cada dia entre 400 ó 500 informacions un informatiu de televisió en pot donar de 20 i 25. Aquest criteri vol dir una selecció absolutament salvatge i aquest criteri de selecció d'alguna forma es pot aplicar de moltes i diferents maneres. Es pot donar importància o es pot valorar la importància o es pot valorar l'interès de les notícies d'acord amb a qui van adreçades. Es pot dir que una notícia afectarà molts ciutadans o arribarà a moltes persones. Pot ser un dels criteris de selecció o pot considerar-se que una notícia potser no interessarà a ningú pot tenir molta importància sobre aquestes persones.

Em sembla que a l'hora de seleccionar aquestes 20 ó 25 notícies que han de

configurar un informatiu, a vegades es fa o es valoren aspectes o criteris que no influeixen en res quan realment et trobes davant d'un guió i has de seleccionar aquestes notícies.

Jo sé, per exemple, que aquest curs, la Facultat de Ciències de la Informació està fent un estudi sobre el muntatge a televisió i sobre com es manipula les informacions d'acord amb aquest muntatge. Si es coneguessin les presses, si es coneguéssin la manera com es fan les informacions, es veuria que la majoria de les conclusions a les quals es pot arribar són absolutament, jo crec errònies. Es fan interpretacions, jo crec que avui a la taula se n'han fet algunes, en les quals es valora si se'ls ha donat o no ha donat una importància, quan moltes vegades obeeix a motius de infraestructura tècnica, obeeix a motius de premsa i en canvi després se'n deriven conclusions o es treuen valoracions que molt poques vegades tenen res a veure. Jo crec que en definitiva, un element que si que voldria que els ponents de la taula hi fessin referència: si realment consideren que les enquestes, que l'audiència, el fet de volé aconseguir audiència un element correctiu a l'hora de fer els programes.

Pere Felis

Respecte al tema de l'audiència, de la medició d'audiència, això permet en tot moment tenir una relació exacta de quina és l'audiència i, fins i tot, una certa valoració d'un problema que en aquest moment s'està veient. Això es pot aconseguir en una proximitat de cada quart d'hora, la qual dóna una lectura bastant exacta del que està succeint, del que pensa l'audiència, tant en la quantitat de gent que ho està veient com amb el que opinen d'aquells programes que van a veure.

De totes maneres amb això hi ha certs perills que tampoc no convé oblidar. Als Estats Units, que va despertar aquest tema, estàn pensant de quina forma possible reacció de l'espectador condiciona el tipus d'informació que donaran. És a dir, això no ho fan cada dia però ho fan cada vegada que hi ha una notícia que té interès. En aquestes empreses que lluiten per mantenir l'audiència troben molt important moltes vegades, més que donar una informació acurada del que ha passat, donar una informació a l'abast que li agradi a l'espectador potencial. Això es fa telefònicament però mitjançant procediments molt avançats, molt sofisticats i molt ràpids. Una encuesta previa sobre com el públic espera que es tracti una determinada notícia. I s'acaba tractant d'aquella manera que saben que més acceptació del públic.

És un perill que existeix, que pel que fa a revistes s'està fent fins i tot ja a Espanya. Però a la televisió aquí encara, que jo sàpiga no es fa, i cal tenir-lo en compte.

Quant a les peces de muntatge, només una anècdota, perquè a

vegades també convé, de tant en tant dir-ne alguna, durant les eleccions autonòmiques, la vinguda del president del govern, Felipe González. El càmera que ho prenia per TVE, com que va ser una intervenció que al principi del míting encara tenia llum de dia, es va traduir en el fet que va sortir realment verd. Per més esforços que es van fer quan va venir la cinta a Sant Cugat, per poder corregir aquell defecte, no es va corregir del tot i evidentment va sortir verd verd. Va sortir quasi verd. Tots els professionals que estaven allí veien que sembla mentida una cosa d'aquestes, però fixa't un càmera que es un bon professional, aquelles coses que passen. Molt bé, informació sortida dos dies després en els diaris: "La manipulació de TVE, que distingí el president del govern de la resta de participant en el míting, havia posat un filtre perquè sortís amb un . . . que el fes més important." Això està escrit. Tots les que treballem allí sabeu que ho vàrem comentar. I és així.

És a dir joestic d'acord amb el Manolo en això, quasi més que amb el Granados, la televisió és important, és un mitjà important, no és definitiu però és important. Ara bé que quan s'opina des de fora sobre com es manipula tot el que es fa allí, que es tingui molt en compte que el mitjà condiciona molt, no només la informació sinó els mateixos que treballem amb ella.